

## **Pengaruh *Digital Literacy* dan Persepsi Kepercayaan Muzakki terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan *Fintech E-Zakat* (Studi Kasus: Masyarakat Muslim Kota Jakarta)**

**Siti Hajar Tuanany<sup>1</sup>, Zulpahmi<sup>2</sup>, Arief Fitriyanto<sup>3</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA (UHAMKA).

### **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan dari *Digital Literacy* dan Persepsi Kepercayaan Muzakki terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan *Fintech E-Zakat*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah Masyarakat Muslim Kota Jakarta. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive non-probability sampling* dan jumlah sampel sebanyak 250 Responden. Teknik pengolahan dan analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *software* Analisis SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi Digital dan Persepsi Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kota Jakarta dalam menggunakan layanan *fintech E-Zakat* untuk pembayaran zakat. Kedua variabel tersebut terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pembayaran. Oleh karena itu, Disarankan untuk meningkatkan literasi digital masyarakat. Lembaga zakat perlu fokus pada transparansi, keamanan, dan keandalan *platform fintech* mereka. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi faktor sosial, budaya, atau ekonomi yang memengaruhi minat pembayaran zakat melalui *fintech*

**Kata kunci:** *Digital Literacy*; Persepsi Kepercayaan; Minat Pembayaran Zakat

### **Abstract**

*The purpose of this study is to find out the relationship between Digital Literacy and Muzakki's Perception of Trust in Interest in Zakat Payment Through E-Zakat Fintech Services. The method used in this study is the Quantitative Method. The population of this study is the Muslim Community of Jakarta City. The sampling technique was purposive non-probability sampling and the number of samples was 250 respondents. The data processing and analysis using Structural Equation Modeling (SEM) with SmartPLS 3.0 Analysis software. The research results indicate that Digital Literacy and Trust Perception have a positive and significant impact on the interest of Jakarta residents in using fintech E-Zakat services for zakat payments. Both variables have proven to significantly influence payment interest. Therefore, it is recommended to improve digital literacy in the community. Zakat institutions should focus on the transparency, security, and reliability of their fintech platform. Future research can explore additional factors such as social, cultural, or economic aspects that may affect the interest in paying zakat through fintech.*

**Key words:** *Digital Literacy; Perception of Trust; Interest in Zakat Payment*

Copyright © 2024 Siti Hajar Tuanany, Zulpahmi, Arief Fitriyanto

✉ Corresponding Author

Email Address: [tuananysan@gmail.com](mailto:tuananysan@gmail.com)

**PENDAHULUAN**

Potensi zakat di Indonesia sangat besar, mengingat negara ini memiliki populasi Muslim terbesar di dunia. Dengan lebih dari 230 juta penduduk Muslim, zakat bisa menjadi sumber dana yang signifikan untuk mendukung program kesejahteraan sosial dan pengentasan kemiskinan. Menurut berbagai penelitian dan estimasi, potensi zakat di Indonesia mencapai ratusan triliun rupiah per tahun. Namun, realisasi penerimaan zakat masih jauh dari potensinya, yang disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk kurangnya kesadaran masyarakat, rendahnya kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat, serta kendala teknis dan administratif dalam pengumpulan dan distribusi zakat (Septieva et al., 2022).

*Digital Literacy* memainkan peran penting dalam kemampuan seseorang menggunakan teknologi, termasuk dalam pembayaran zakat melalui *Fintech*. Pemahaman ini membantu muzakki menggunakan *platform E-Zakat* dan mempengaruhi keputusan mereka dalam menyalurkan zakat. Selain itu, kepercayaan muzakki terhadap layanan *E-Zakat* juga penting, dipengaruhi oleh persepsi terhadap keamanan data, transparansi, dan reputasi penyedia layanan. Oleh karena itu, pemahaman tentang interaksi antara literasi digital dan kepercayaan sangat penting untuk mendorong adopsi layanan *E-Zakat* (Anggraini, Indrarini., 2022).



**Gambar 1.1**

**Potensi Zakat Fitrah Wilayah Jakarta**

Gambar 1.1 tersebut menunjukkan potensi zakat fitrah di Indonesia pada tahun 2023 dan 2024, dengan perkiraan jumlah muzakki mencapai 166,9 hingga 189,9 juta orang. Potensi zakat berupa beras diperkirakan mencapai 417,3 hingga 474,7 ribu ton, dan dalam bentuk uang mencapai 4,26 hingga 5,37 triliun rupiah. Di DKI Jakarta, kontribusi zakat ini diharapkan signifikan, mencerminkan partisipasi masyarakat dalam membayar zakat fitrah untuk membantu yang membutuhkan (Kompas 2023).

*Fintech E-Zakat* telah merevolusi pembayaran zakat dengan menyediakan *platform* digital yang memungkinkan umat Muslim menghitung, membayar, dan mendistribusikan zakat secara online. Sistem ini meningkatkan efisiensi, transparansi, dan aksesibilitas dalam penunaian kewajiban agama, sekaligus menjembatani praktik tradisional dengan teknologi modern (Kharisma, Jayanto, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Kharisma, Jayanto (2021) mengkaji determinan yang mempengaruhi keinginan masyarakat untuk memanfaatkan *E-Zakat* dalam menunaikan. Studi ini menitikberatkan pada aspek minat dan penggunaan sebagai variabel kunci. Temuan penelitian mengindikasikan adanya korelasi positif antara minat masyarakat dengan penggunaan *platform E-Zakat* untuk menyalurkan. Dengan kata lain, semakin tinggi minat seseorang, semakin besar kemungkinan mereka mengadopsi layanan *E-Zakat* untuk memenuhi kewajiban dan kontribusi keagamaan mereka.

Berdasarkan penemuan dari studi sebelumnya, Sari (2024) menginvestigasi dampak dari tiga faktor utama yaitu persepsi kemudahan, kemanfaatan, dan keamanan terhadap kecenderungan masyarakat Muslim Bukittinggi dalam menggunakan layanan *E-Zakat* untuk pembayaran zakat. Penelitian ini juga mempertimbangkan literasi digital sebagai variabel moderasi. Dengan berfokus pada tiga variabel independen tersebut, penelitian ini mengungkapkan bahwa ketiganya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam mengadopsi *platform E-Zakat*. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap kemudahan penggunaan, manfaat yang diperoleh, dan tingkat keamanan layanan *E-Zakat*, semakin besar pula keinginan mereka untuk memanfaatkan layanan tersebut dalam menunaikan kewajiban zakat.

Oleh karena itu, penulis memiliki ketertarikan dengan melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *Digital Literacy* dan Persepsi Kepercayaan Muzakki terhadap Minat Pembayaran Zakat melalui Layanan *Fintech E-Zakat*" penelitian ini bertujuan guna menentukan apakah *Digital Literacy* dan Persepsi Kepercayaan Muzakki dapat mempengaruhi keputusan Minat Pembayaran Zakat melalui Layanan *Fintech E-Zakat*

## LITERATURE REVIEW

### ***UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use Technology)***

Menurut Venkatesh dkk. (2003) *UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use Technology)* bertujuan untuk menjelaskan perilaku dan minat pengguna terhadap teknologi informasi. Model ini mengidentifikasi empat faktor utama yang secara langsung memengaruhi penggunaan teknologi dan niat perilaku: harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi pendukung. *UTAUT* dirancang sebagai kerangka kerja untuk memahami proses pengambilan keputusan individu dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi baru di berbagai situasi.

Teori ini mengintegrasikan beberapa model dan teori sebelumnya, seperti Theory of Reasoned Action (TRA), Technology Acceptance Model (TAM), dan Theory of Planned Behavior (TPB), dengan tujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi. *UTAUT* mengidentifikasi empat konstruk utama yang mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan teknologi, yaitu Performance Expectancy (harapan kinerja), Effort Expectancy (harapan usaha), Social Influence (pengaruh sosial), dan Facilitating Conditions (kondisi yang mendukung). Teori ini juga mempertimbangkan peran variabel moderasi seperti usia, jenis kelamin, pengalaman, dan voluntariness of use dalam mempengaruhi hubungan antara konstruk-konstruk tersebut dan penggunaan teknologi. Dengan pendekatan ini, *UTAUT* menawarkan kerangka kerja yang kuat untuk mengevaluasi dan

merancang strategi adopsi teknologi yang lebih efektif Venkatesh dkk. (2003)

## **METODE**

Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online melalui *Google Form* pada masyarakat muslim yang menempati wilayah DKI Jakarta dimana masyarakat yang dimaksud pernah menunaikan zakat melalui layanan *Fintech E-Zakat*. Jenis penelitian yang digunakan merupakan jenis penelitian kuantitatif.

Adapun data yang digunakan yakni berupa data primer. Data primer yang digunakan dari hasil kuesioner yang disebar dalam bentuk *Google Form* untuk masyarakat pengguna layanan *E-Zakat*. Metode analisis yang dipakai yakni Analisis hasil uji hipotesis dan *Structural Equation Modeling (SEM)*. Hasil yang digunakan dijadikan indikator guna mengukur pandangan responden pada variabel yang akan diteliti. Persepsi responden dideskripsikan dengan teknik skoring memakai skala Ordinal. kala ordinal digunakan ketika data dikategorikan dalam urutan yang bermakna, namun tidak ada asumsi bahwa jarak antara kategori adalah sama. Contoh skala ordinal termasuk peringkat, tingkat kepuasan, atau tingkat keterampilan De Vellis, R. F. (2016). Pemberian skor dari skala angka satu sampai dengan empat dengan perincian hasil sebagai berikut: Sangat Setuju = skor 5, Setuju = skor 4, Kurang Setuju = skor 3, tidak Setuju = 3, Sangat Tidak Setuju = skor 1. Penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan menggunakan *software SmartPLS* versi 3.0 yang dijalankan dengan media komputer. PLS (*partical least square*).

## **POPULASI DAN SAMPEL**

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini yakni masyarakat muslim wilayah DKI Jakarta. Pada tahun 2020, jumlah penduduk muslim di Jakarta tercatat sebanyak 9.289.491 jiwa, meningkat menjadi 9.425.575 jiwa pada tahun 2021, dan mencapai 9.431.319 jiwa pada tahun 2022. Penentuan sampel penelitian menggunakan teknik *purposive non-probability sampling* sebanyak 250 responden (Mauludin, Herianingrum., 2022)

## **TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online melalui *Google Form* pada masyarakat muslim yang menempati wilayah DKI Jakarta dimana masyarakat yang dimaksud pernah menunaikan zakat melalui layanan *Fintech E-Zakat*. Penelitian ini dilakukan selama 5 bulan yaitu dimulai dari bulan Februari – Juli 2024.

## **TEKNIK PEROLEHAN DATA**

Penelitian ini menggunakan data primer dari kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat muslim di Jakarta melalui tautan *Google Form*. Terkait minat pembayaran zakat melalui layanan *E-Zakat*.

## **TEKNIK PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA**

Menggunakan Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen, seperti pernyataan dalam kuesioner, mengukur dengan tepat konstruk yang dimaksud, menggunakan *SmartPLS 3* dengan menguji validitas konvergen yang memerlukan nilai loading factor antara 0,60 hingga 0,70 serta *Average Variance Extracted (AVE)* lebih dari 0,50, dan validitas diskriminan yang menuntut

nilai *cross loading* lebih dari 0,70; uji reliabilitas meliputi *Cronbach's Alpha* untuk konsistensi internal dengan nilai antara 0 hingga 1, dan *Composite Reliability* yang masih dapat diterima antara 0,60 hingga 0,70 untuk penelitian eksploratif, penilaian model struktural dilakukan dengan melihat nilai R-squared yang menunjukkan proporsi variasi konstruk yang dijelaskan oleh model, dengan nilai 0,75, 0,50, dan 0,25 masing-masing menunjukkan model yang kuat, moderat, dan lemah; *Effect Size (F<sup>2</sup>)* menilai dampak perubahan variabel independen terhadap variabel dependen dalam model; dan uji hipotesis menggunakan SmartPLS untuk mengevaluasi hubungan antar variabel, dengan Original Sample (O) menunjukkan koefisien jalur yang diestimasi, T Statistic lebih dari 1,96 untuk signifikansi, dan P Value kurang dari 0,05 menunjukkan efek signifikan secara statistik Ghozali (2021).

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan tabel yang disajikan, dapat dilihat bahwa distribusi responden dalam penelitian ini menunjukkan variasi yang signifikan dalam hal jenis kelamin, usia, status pekerjaan, dan lokasi tempat tinggal. Secara keseluruhan, mayoritas responden adalah perempuan, dengan total 133 orang atau 53,3%, sementara laki-laki berjumlah 117 orang atau 46,8%. Hal ini mengindikasikan bahwa perempuan merupakan kelompok yang paling banyak berpartisipasi dalam penelitian ini.

Dari segi usia, responden yang berusia 20-25 tahun mendominasi dengan jumlah mencapai 176 orang atau 70,4%. Sebaliknya, responden yang berusia 26-30 tahun berjumlah 35 orang atau 14%, responden berusia 31-35 tahun sebanyak 16 orang atau 6,4%, dan mereka yang berusia di atas 35 tahun berjumlah 23 orang atau 9,3%. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah individu muda dewasa, khususnya dalam rentang usia 20-25 tahun.

Dalam hal status pekerjaan, kategori mahasiswa adalah yang terbanyak dengan 117 orang atau 46,8%, diikuti oleh karyawan swasta yang berjumlah 53 orang atau 21,2%. Responden yang bekerja sebagai PNS berjumlah 13 orang atau 5,2%, dan wirausaha sebanyak 14 orang atau 5,6%. Responden dengan kategori lain-lain juga mencapai 53 orang atau 21,2%. Dengan kata lain, mayoritas responden adalah mahasiswa, menunjukkan bahwa kelompok ini sangat terlibat dalam penelitian.

Terakhir, mengenai lokasi tempat tinggal, responden yang tinggal di Jakarta Timur mencatatkan angka tertinggi dengan 113 orang atau 45,2%. Sebagai perbandingan, responden yang tinggal di Jakarta Selatan berjumlah 51 orang atau 20,4%, Jakarta Pusat 35 orang atau 14%, Jakarta Barat 28 orang atau 11,2%, dan Jakarta Utara 23 orang atau 9,2%. Data ini menegaskan bahwa Jakarta Timur merupakan wilayah dengan jumlah responden terbesar dalam penelitian ini.

**Table 1. Karakteristik Respondents**

Characteristic		Frequency	Percentage (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	133	53,3%
	Laki-Laki	117	46,8%
Umur	20-25	176	70,4%
	26-30	35	14%
	31-35	16	6,4%

	>35	23	9,3%
Pekerjaan	Mahasiswa	117	3.1%
	Karyawan Swasta	53	21,2%
	PNS	13	5.2%
	Wirausaha	14	5,6%
	DLL	53	21,2%
Tempat Tinggal	Jakarta Timur	113	45,2%
	Jakarta Selatan	51	20,4%
	Jakarta Pusat	35	14%
	Jakarta Barat	28	11,2%
	Jakarta Utara	23	9,2%

**Hasil pengolahan data**

**Table 2. Uji Validitas *Konvergent* Berdasarkan *Loading Factor***

	Digital Literacy	Minat Pembayaran	Persepsi Kepercayaan
X1P2	0,777		
X1P3	0,833		
X1P4	0,770		
X1P5	0,864		
X1P6	0,859		
X1P7	0,800		
X1P8	0,840		
X1P9	0,827		
X2P1			0,859
X2P2			0,880
X2P3			0,878
X2P4			0,880
X2P5			0,903
X2P6			0,845
YP1		0,871	
YP2		0,891	
YP3		0,874	
YP4		0,901	
YP5		0,860	
YP6		0,890	

Secara umum, semua indikator pada ketiga konstruk (Literasi Digital, Minat Pembayaran, dan Persepsi Kepercayaan) menunjukkan nilai *loading factor* yang tinggi, umumnya di atas 0,7, dengan banyak indikator bahkan melebihi 0,85. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut memiliki validitas konvergen yang baik, yang berarti mereka secara signifikan mengukur konstruk yang dimaksud. Validitas konvergen yang baik mengindikasikan bahwa konstruk yang diukur benar-benar mencerminkan indikator-indikator tersebut dengan akurat.

**Table 3 Uji Validitas *Konvergent* Berdasarkan *AVE***

	Average Variance Extracted (AVE)
<b>Digital Literacy</b>	<b>0,675</b>
<b>Minat Pembayaran</b>	<b>0,776</b>
<b>Persepsi Kepercayaan</b>	<b>0,764</b>

Sumber: Output SmartPLS 3, 2024

Secara keseluruhan, setiap konstruk (Literasi Digital, Minat Pembayaran, dan Persepsi Kepercayaan) memiliki nilai *Average Variance Extracted* (AVE) di atas 0,5, bahkan mendekati atau melebihi 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa validitas konvergen dari setiap konstruk adalah baik hingga sangat baik. Dengan kata lain, sebagian besar variasi dalam indikator-indikator tersebut dapat dijelaskan oleh konstruk yang diukur, menandakan bahwa konstruk tersebut secara akurat mencerminkan indikator-indikator yang digunakan. Tabel 3 *Cross loading*.

**Table 4 Uji Validitas *Discriminant* Berdasarkan *Cross Loading***

	Digital Literacy	Minat Pembayaran	Persepsi Kepercayaan
<b>X1P2</b>	0,777	0,652	0,616
<b>X1P3</b>	0,833	0,709	0,687
<b>X1P4</b>	0,770	0,630	0,626
<b>X1P5</b>	0,864	0,769	0,762
<b>X1P6</b>	0,859	0,764	0,739
<b>X1P7</b>	0,800	0,711	0,719
<b>X1P8</b>	0,840	0,733	0,734
<b>X1P9</b>	0,827	0,764	0,758
<b>X2P1</b>	0,735	0,748	0,859
<b>X2P2</b>	0,787	0,782	0,880
<b>X2P3</b>	0,768	0,760	0,878
<b>X2P4</b>	0,747	0,773	0,880
<b>X2P5</b>	0,758	0,793	0,903
<b>X2P6</b>	0,721	0,745	0,845
<b>YP1</b>	0,751	0,871	0,761
<b>YP2</b>	0,772	0,891	0,766
<b>YP3</b>	0,758	0,874	0,757
<b>YP4</b>	0,793	0,901	0,786
<b>YP5</b>	0,739	0,860	0,776
<b>YP6</b>	0,809	0,890	0,791

Sumber: Output SmartPLS 3, 2024

Hasil analisis data menunjukkan bahwa indikator-indikator pada setiap konstruk (Literasi Digital, Minat Pembayaran, dan Persepsi Kepercayaan) memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk yang sesuai, yaitu

Literasi Digital pada Literasi Digital, Minat Pembayaran pada Minat Pembayaran, dan Persepsi Kepercayaan pada Persepsi Kepercayaan.

**Tabel 5 Uji Reliabilitas Berdasarkan Cronbach Alpha**

	Cronbach's Alpha
Digital Literacy	<b>0,931</b>
Minat Pembayaran	<b>0,942</b>
Persepsi Kepercayaan	<b>0,938</b>

Sumber: Output SmartPLS 3, 2024

Hasil uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki konsistensi internal yang sangat baik. *Digital Literacy* mencatat nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,931, minat Pembayaran sebesar 0,942, dan Persepsi Kepercayaan sebesar 0,938. Nilai-nilai ini, yang semuanya melebihi 0,9, menunjukkan bahwa item-item dalam setiap konstruk secara konsisten mengukur konsep yang sama. Oleh karena itu, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dianggap sangat andal.

**Tabel 6 Uji Reliabilitas Berdasarkan Composite Reliability**

	Composite Reliability
Digital Literacy	<b>0,943</b>
Minat Pembayaran	<b>0,954</b>
Persepsi Kepercayaan	<b>0,951</b>

Sumber: Output SmartPLS 3, 2024

Semua nilai *Composite Reliability* (CR) yang tercatat, yaitu 0,943 untuk Digital Literacy, 0,954 untuk Minat Pembayaran, dan 0,951 untuk Persepsi Kepercayaan, jauh melampaui batas minimum 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa setiap konstruk dalam model memiliki reliabilitas yang sangat baik dan setia indikator yang membentuk masing-masing konstruk menunjukkan tingkat konsistensi internal yang tinggi.

**Tabel 7 Nilai R-Square dan R-Square Adjusted**

	R Square	R Square Adjusted
Minat Pembayaran	0,825	0,824

Sumber: Output SmartPLS 3, 2024

Nilai R-Square ( $R^2$ ) sebesar 0,825 menunjukkan bahwa model regresi mampu menjelaskan 82,5% dari variasi dalam minat pembayaran, menandakan bahwa variabel-variabel independen memiliki kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan minat pembayaran. Di sisi lain, nilai *R-Square Adjusted* ( $R^2$  Adjusted) sebesar 0,824, yang hampir identik dengan  $R^2$ , menunjukkan bahwa model ini tidak hanya efektif dalam menjelaskan variasi data tetapi juga tidak mengalami overfitting, meskipun mempertimbangkan jumlah variabel yang

digunakan.

**Table 8 Nilai *Effect Size* (F Square)**

	Digital Literacy	Minat Pembayaran	Persepsi Kepercayaan
Digital Literacy		<b>0,314</b>	
Minat Pembayaran			
Persepsi Kepercayaan		<b>0,341</b>	

Sumber: Output SmartPLS 3, 2024

Secara keseluruhan, nilai  $F^2$  menunjukkan bahwa *Digital Literacy* dan Persepsi Kepercayaan memiliki efek sedang yang signifikan pada variabel dependen, sementara data untuk minat Pembayaran tidak tersedia, sehingga pengaruhnya belum dapat dievaluasi.

**Table 9 Uji Hipotesis**

	Original Sample (O)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
<i>Digital Literacy</i> -> Minat Pembayaran	0,461	5,742	<b>0,000</b>
Persepsi Kepercayaan -> Minat Pembayaran	0,480	5,876	<b>0,000</b>

Sumber: Output SmartPLS 3, 2024

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa literasi digital dan persepsi kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Jakarta untuk menggunakan *Fintech E-Zakat* dalam pembayaran. Nilai Original Sample (O) untuk literasi digital dan persepsi kepercayaan masing-masing adalah 0,461 dan 0,480, dengan T Statistics sebesar 5,742 dan 5,876, serta P Value sebesar 0,000, yang menandakan bahwa kedua pengaruh tersebut sangat signifikan.

## PEMBAHASAN

### 1. *Digital Literacy* berpengaruh terhadap Minat Pembayaran

Pengaruh literasi digital terhadap minat pembayaran zakat melalui layanan *Fintech E-Zakat* terbukti positif, dengan nilai Original Sample (O) sebesar 0,461. T Statistics sebesar 5,742, yang melebihi batas signifikan 1,96, menunjukkan bahwa pengaruh ini signifikan secara statistik. Selain itu, P Value sebesar 0,000, yang jauh di bawah 0,05, menegaskan bahwa pengaruh literasi digital terhadap minat pembayaran sangat signifikan, sehingga hipotesis mengenai pengaruh positif literasi digital diterima.

### 2. Persepsi Kepercayaan Muzakki berpengaruh terhadap Minat Pembayaran

Persepsi kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat pembayaran zakat melalui layanan *Fintech E-Zakat*, dengan nilai Original Sample (O) sebesar 0,480, meskipun nilainya tidak sangat besar. T Statistics sebesar 5,876, yang melebihi 1,96, menunjukkan bahwa pengaruh ini signifikan secara statistik. P Value sebesar 0,000, yang jauh di bawah 0,05, mengonfirmasi bahwa pengaruh

persepsi kepercayaan sangat signifikan, sehingga hipotesis mengenai pengaruh positif persepsi kepercayaan diterima.

3. Berdasarkan Nilai R-Square ( $R^2$ ) sebesar 0,825 menunjukkan bahwa model regresi mampu menjelaskan 82,5% dari variasi dalam minat pembayaran, menandakan bahwa variabel-variabel independen memiliki kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan minat pembayaran. Di sisi lain, nilai *R-Square Adjusted* ( $R^2$  Adjusted) sebesar 0,824, yang hampir identik dengan  $R^2$ , menunjukkan bahwa model ini tidak hanya efektif dalam menjelaskan variasi data tetapi juga tidak mengalami overfitting, meskipun mempertimbangkan jumlah variabel yang digunakan.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis dan pembahasan mengenai pengaruh Literasi Digital (X1) dan Persepsi Kepercayaan (X2) terhadap Minat Pembayaran Zakat (Y), penelitian ini mendukung temuan penelitian sebelumnya. Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel *Digital Literacy* berpengaruh terhadap minat pembayaran zakat melalui layanan *Fintech E-Zakat*. Hal ini dikarenakan nilai dari T-statistik yakni  $5.742 >$  dari 1.96 dan nilai P-values  $0.000 <$  dari 0.05.
2. Variabel persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat pembayaran zakat melalui layanan *Fintech E-Zakat*. Hal ini dikarenakan nilai dari T-statistik yakni  $5.876 >$  dari 1.96 dan nilai P-values yakni  $0.000 <$  dari 0.05.
3. Variabel *Digital Literacy* dan persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat pembayaran zakat melalui layanan *Fintech E-Zakat*. Hal ini dikarenakan kemampuan variabel independen dalam penelitian ini mempengaruhi variabel dependen sebesar 82,5% sedangkan sisanya sebesar 17,5% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel independen dalam penelitian ini, Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa *Digital Literacy* dan persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat pembayaran zakat melalui layanan *Fintech E-Zakat*.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Pada kesempatan ini saya selaku peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Zulpahmi dan Bapak Arief Fitriyanto yang selama ini turut serta membantu, membimbing, dan menasehati dalam kegiatan penelitian.
2. Pihak responden yang turut serta dalam penelitian ini.
3. Kedua orangtua, Adik, keluarga dan teman-teman yang selalu mendukung dalam hal materi maupun doa.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anggraini, Y. N., & Indrarini, R. (2022). Analisis pengaruh literasi zakat dan kepercayaan terhadap minat membayar zakat melalui zakat digital pada masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(1), 54-66.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26, Edisi 10. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kharisma, P., & Jayanto, P. Y. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1).
- Mauludin, M. R., & Herianingrum, S. (2022). Influence Of Digital Zakat On Zakat Collection And Performance Of Amil Zakat Institutions Pengaruh Digital Zakat Terhadap Penghimpunan Zakat Dan Kinerja Lembaga Amil Zakat.
- Sari, T. E. P. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan Dan Keamanan Terhadap Minat Pembayaran Zakat Melalui Layanan E-Zakat Dengan Literasi Digital Sebagai Variabel Moderasi *Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman (JESM) Volume 3 No. 4 2024*| 199



**JESM: JURNAL EKONOMI SYARIAH MULAWARMAN**  
**VOL 3 NO 4 (2024)**  
**E-ISSN: 2962-858X**

- (Studi Kasus Masyarakat Muslim Kota Bukittinggi). *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 15(1).
- Septieva, Z., & Miftah, A. A. (2023). Analisis Pemanfaatan Teknologi Dalam Penerimaan Zakat, Infak, Dan Sedekah Pada Lembaga Amil Zakat (Laz) Yayasan Insan Madani Jambi. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 2(2), 70-76.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.